广告学专业本科人才培养方案

（专业代码：050303）

# 一、培养目标

本专业以立德树人为根本任务，以马克思主义新闻观为统领，培养具备社会责任感和职业道德，具有营销学、传播学、心理学、文化学的基础理论，通晓和掌握现代广告策划、创作、经营基本技能，具备创新能力和专精的业务技能，能胜任专业广告公司、新闻媒介、政府机构等企事业单位，从事广告创作、策划运营的应用型、复合型的国际化高级专门人才。

# 二、毕业要求

1．系统掌握马克思主义和中国特色社会主义理论体系；具有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感；具有良好的思想品德和职业修养；具有爱岗敬业、遵纪守法和团结合作的品质；

2．具有当代数字营销理念和广告理念，通晓广告专业理论知识和现代数字媒体技术；具有数字媒体环境下广告策划、营销策划、品牌策划、媒介策划、公关策划等整合营销传播能力；熟练运用现代传播技术从事传播活动的综合技能；

3．具备文化创意产业与广告产业、市场运营和组织管理等方面专业知识；熟悉广告产业的方针政策和法律法规；

4．具有较高的国际化素质，具备广告市场调研分析能力、策划实施能力、创作设计能力、整合营销能力；能胜任国内外广告公司、传媒集团或企业广告创作、策划及运营工作。

5．具备较强的语言表达能力和人际沟通能力；具有从事广告创作、广告策划与运营的专业素质和团队合作的品质；较强的创新思维取向和宽阔国际视野。

6．具有坚实的人文科学、社会科学知识基础；具备较高的文化涵养和文学艺术修养；

7．掌握文献检索、计算机应用等方面的知识，熟练掌握一门外国语。

# 三、培养特色

**1.夯实基础理论的学习。**落实三全育人体制机制，推进课程思政建设，帮助学生树立正确的人生观和价值观。以广告学理论为核心，以传播学、经济学、营销学、社会学、文化学等学科为补充的知识体系，使学生具备深厚专业理论基础。

**2.强化基本技能的训练**。构建以广告学理论为核心，以传播学、经济学、营销学、社会学、文化等学科为补充的知识体系，加强学生广告策划与广告设计制作等基本技能的培训；依据广告市场发展的需要和教学规律的要求，强化广告策划与创作的实训；实施新的教学方法和评价机制，使学生成为学、术兼修的高级广告经营策划人才。

**3．突出创新能力的培养**。依据国内外广告市场发展的需要，强化广告公司、传播集团和广告产业园区经营与管理的创新训练；开设学校教师与企业导师联合培养的双导师制、优秀毕业生导师制，培养学生自主创新能力；鼓励学生参与大学生科研与创新训练项目；开展国际交流与合作，使学生成为学、术兼修的高级广告经营策划人才。

**4．强化实践能力的提升。**以广告策划创意、广告经营管理、品牌设计与传播等课程为骨干课程，建设实训、实战课程群，系统化培训学生实践能力；通过美术、摄影、音乐、设计等教学活动培养学生的广告设计制作能力；组织学生参加教育部举办的全国大学生广告大赛；建立校外实习基地，学生定期到实践基地上课学习和实习。

# 四、主要课程

经济学原理、市场营销学、管理学、传播学概论、广告学概论、新媒体与广告、广告策划、广告设计、广告文案、广告效果研究、广告经营管理、现代视觉与广告、计算广告学、移动营销设计、影视广告创作。

# 五、学制与学位

本专业基本学制为四年，实行弹性修业年限制度，学生在校修业年限可以提前至三年或延长至六年，修满规定的学分准予毕业。符合学士学位授予条件者，授予文学学士学位。

1. **六、学分一览表**
2. **总学分一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **总学分** | **教学方式** | | | | **理论与实践教学比例（%）** | |
| 148 | **课堂教学环节** | **120** | **理论教学** | **90** | **理论教学** | **61** |
| **实验教学** | **29** | **实践教学** | **39** |
| 课外教学环节 | 28 | 实习、军事技能等 | 28 |

1. **课堂教学学时分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **门数** | **总学时** | **总学分** | | **比例（%）** |
| 通识教育必修课 | | 24 | 852 | 49 | | 40.34 |
| 学科基础课 | | 9 | 336 | 21 | | 17.65 |
| 专业核心课 | | 8 | 304 | 19 | | 15.97 |
| 通识教育选修课 | | —— | —— | 10 | | 8.40 |
| 个性  教育 | 专业提升课 | —— | —— | ≥21 | 21 | 17.65 |
| 专业拓展课 | 不限 |
| **合计** | | —— | —— | **120** | | **100** |

1. **实践教学环节一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **实践环节** | **学期安排** | **周数** | **学时** | **学分** |
| 实习类 | 军事技能 | 1 | 2 |  | 2 |
| 认知实习 | 4 | 3 |  | 3 |
| 专业实习 | 6 | 3 |  | 3 |
| 毕业实习 | 8 | 8 |  | 4 |
| 毕业设计（论文） | 8 | 8 |  | 4 |
| 素养提升类 | 创新创业 |  |  |  | 2 |
| 第二课堂 |  |  |  | 2 |
| 思政育人类 | 思想道德与法治 |  |  |  | 1 |
| 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 |  |  |  | 1 |
| 中国近现代史纲要 |  |  |  | 1 |
| 马克思主义基本原理 |  |  |  | 1 |
| 形势与政策（一） | 1 |  |  | 0.25 |
| 形势与政策（二） | 2 |  |  | 0.25 |
| 形势与政策（五） | 5 |  |  | 0.25 |
| 形势与政策（六） | 6 |  |  | 0.25 |
| 习近平新时代中国特色社会主义思想概论社会实践 |  |  |  | 1 |
| 劳动育人类 | 劳动类实践课程 |  |  |  | 2 |
| 专业实验类 | 计算机应用 | 1 |  | 16 | 1 |
| Photoshop | 3 |  | 32 | 2 |
| 中外广告史 | 1 |  | 16 | 1 |
| 传播学概论 | 1 |  | 16 | 1 |
| 广告学概论 | 2 |  | 16 | 1 |
| 音频节目赏析与制作 | 2 |  | 16 | 1 |
| 摄影与摄像基础 | 2 |  | 32 | 2 |
| 马克思主义新闻观 | 2 |  | 16 | 1 |
| 广告美术 | 3 |  | 16 | 1 |
| 广告摄影 | 3 |  | 16 | 1 |
| 创意思维训练 | 3 |  | 16 | 1 |
| 广告策划 | 4 |  | 16 | 1 |
| 设计构成 | 4 |  | 16 | 1 |
| 广告文案 | 4 |  | 16 | 1 |
| 策划实践 | 4 |  | 16 | 1 |
| 影视广告创作 | 4 |  | 16 | 1 |
| 电脑图文设计 | 4 |  | 16 | 1 |
| 视听语言 | 4 |  | 16 | 1 |
| 品牌战略传播 | 5 |  | 16 | 1 |
| 广告设计 | 5 |  | 16 | 1 |
| 广告效果研究 | 5 |  | 16 | 1 |
| 广告经营管理 | 6 |  | 16 | 1 |
| 新媒体与广告 | 6 |  | 16 | 1 |
| 移动营销设计 | 6 |  | 16 | 1 |
| 现代视觉与广告 | 6 |  | 16 | 1 |
| 公关营销实战 | 7 |  | 16 | 1 |
| 优秀广告作品赏析 | 7 |  | 16 | 1 |
| **合计** | |  |  |  | **57** |

**七、本科学分制指导性教学计划表（见Excel附件）**